

**Pengaruh Bauran Pemasaran, Customer Relationship Management  
dan Nilai Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Kinesio  
Kinematics Tex di Semarang  
(Study pada Layanan Fisioterapi di Semarang)**

**SINTA AYU RAMADHANI**

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211200901864@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Loyalitas merupakan kesediaan konsumen untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya. Loyalitas konsumen akan berlanjut hanya sepanjang konsumen merasakan bahwa ia menerima nilai yang lebih baik dibandingkan penyedia jasa lain. Banyak faktor dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, diantaranya bauran pemasaran, customer relationship management dan nilai konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran, customer relationship management dan nilai konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kinesio Kinematics Tex.pada Layanan Fisioterapi di Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 105 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Bauran pemasaran terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 2). Customer relationship management terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 3). Nilai konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Customer Relationship Management, Nilai Konsumen, Loyalitas Konsumen

**The Effect of the Marketing Mix, Customer Relationship Management  
and Customer Value on Customer Loyalty of Kinesio Kinematics Tex  
in Semarang  
(Study on Physiotherapy Service in Semarang)**

**SINTA AYU RAMADHANI**

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211200901864@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

Loyalty is the willingness of customer to continue to subscribe to a company in the long term, by buying and using goods and services repeatedly and better still exclusively, and willingly recommend the company's products to friends and colleagues. Customer loyalty will continue only to the extent that customer feel that he received a better value than other providers. Many factors can effect the customer loyalty, including marketing mix, consumer relationship management and customer value. The purpose of this study was to analyze the effect of the marketing mix, consumer relationship management and customer value on consumer loyalty.

The population in this study is the customer of Kinesio Kinematics Tex on Physiotherapy Services in Semarang. The samples taken as many as 105 customers. The methods of data collection using questionnaires and analysis technique used is multiple regression.

The results show that : 1 ). Marketing mix proved positivly and significantly effect on customer loyalty. 2 ). Customer relationship management proved positivly and significantly effect on customer loyalty. 3 ). Customer value proved positivly and significantly effect on customer loyalty.

Keyword : Marketing Mix, Customer Relationship Management, Customer Value, Customer Loyalty